

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

ANNA PAULA COSTA AZEVEDO

Empreendedorismo na Gastronomia: Um estudo sobre o perfil do empreendedor da gastronomia sobre rodas no mercado de São Luís – MA.

São Luís

2018

ANNA PAULA COSTA AZEVEDO

Empreendedorismo na Gastronomia: Um estudo sobre o perfil do empreendedor da gastronomia sobre rodas no mercado de São Luís – MA.

Monografia apresentada ao curso de Administração da Universidade Estadual do Maranhão para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Msc. José de Ribamar Silva Morais

São Luís

2018

Azevedo, Anna Paula Costa.

Empreendedorismo na gastronomia: um estudo sobre o perfil do empreendedor da gastronomia sobre rodas no mercado de São Luís – MA / Anna Paula Costa Azevedo. – São Luís, 2018.

63 f.

Monografia (Graduação) – Curso de Administração, Universidade Estadual do Maranhão, 2018.

Orientador: Prof. Me. José de Ribamar Silva Morais.

1. Empreendedorismo. 2. Gastronomia. 3. Sobre rodas. I. Título.

CDU 658.012.2:641(812.1)

ANNA PAULA COSTA AZEVEDO

Empreendedorismo na Gastronomia: Um estudo sobre o perfil do empreendedor da gastronomia sobre rodas no mercado de São Luís – MA.

Monografia apresentada ao curso de Administração da Universidade Estadual do Maranhão, para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Aprovado em: / /

BANCA EXAMINADORA

Prof. Msc. José de Ribamar Silva Morais (Orientador)

Universidade Estadual do Maranhão

Antônio Cloves da Silva (Examinador 1)

Universidade Estadual do Maranhão

Jackeline de Sousa da Silva (Examinador 2)

Universidade Estadual do Maranhão

Dedico esse trabalho
primeiramente a Deus, a minha família, em
especial aos meus pais, irmãos, meu filho e ao
meu esposo e a todos que de certa forma
colaboraram para a realização deste sonho.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de agradecer a Deus por toda força e discernimento dado ao longo da vida acadêmica para enfrentar todos os obstáculos encontrados. E por toda sabedoria, auxiliando para conclusão da minha jornada acadêmica.

Aos meus pais, Rosilene e Edson, por todo amor, carinho e dedicação na minha criação e desenvolvimento educacional, por acreditarem na minha capacidade e nunca me deixarem desistir dos meus objetivos. E especialmente por todo apoio amor e cuidados com o meu filho, nos momentos em que eu precisava ir para a universidade.

Agradeço ainda aos meus irmãos, Jéssyca, Diego e Manuelle, por sempre me apoiarem e incentivarem meus sonhos, acreditaem no meu potencial, e motivarem sempre a minha busca por conhecimentos e independência financeira.

Especialmente ao meu esposo e ao meu filho, Renato e Anthony, ao qual devo sinceros agradecimentos. Por representarem verdadeiramente a definição de companheirismo, compreensão e amor. Ao meu esposo por possuir a capacidade de saber ouvir e me acalmar nos momentos de aflição. E por serem meus alicerces, seres fundamentais na minha vida.

As minhas amigas Glayce, Aline e Laize, que estiveram sempre comigo superando juntas todos os obstáculos enfrentados ao longo da nossa vida acadêmica. Por serem a definição perfeita da amizade, onde pude contar com todas em diversos momentos que precisei.

Por último, deixo meus sinceros agradecimentos a todos os meus professores, em especial ao meu orientador José Morais por toda paciência e dedicação ao me orientar, aos colegas de universitários, amizades construídas ao decorrer da minha vida, a todos que colaboraram de maneira direta ou indireta para o meu crescimento até aqui.

“Direi do Senhor: Ele é o meu Deus, o meu refúgio, a
minha fortaleza, e nele confiarei”.

(Salmos 91:2)

RESUMO

Devido a necessidade de um diferencial para os empreendedores se manterem no mercado competitivo, existem evidências de que a gastronomia sobre rodas vem se tornando um instrumento fundamental no processo de inovação e empreendedorismo. A partir dessa pesquisa de abordagem qualitativa e quantitativa, com fins descritivos e exploratórios, pretendeu-se por meio do estudo de campo colher informações necessárias para um estudo sobre o perfil do empreendedor da gastronomia sobre rodas no mercado de São Luís – MA, visando conhecer as características, técnicas e estratégias utilizadas para inserção desse seguimento no mercado. E também à melhoria do processo de gestão, a fim de aumentar as possibilidades de crescimento do setor. Para a realização da coleta dos dados foram aplicados dezessete questionários junto aos vinte empreendedores envolvidos no processo de inserção desse novo seguimento no mercado de São Luís do Maranhão. Os resultados indicam que o perfil dos empreendedores da gastronomia sobre rodas retrata o espírito empreendedor, persistentes e determinados, a qual são motivados pela necessidade de independência e realização pessoal e profissional.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Gastronomia. Sobre Rodas.

ABSTRACT

Due to the need for a differential for entrepreneurs to remain in the competitive market, there is evidence that gastronomy on wheels has become a fundamental instrument in the innovation and entrepreneurship process. Based on this qualitative and quantitative research, for my descriptive and exploratory purposes, I intended to gather information necessary for a study on the profile of the entrepreneur of gastronomy on wheels in the market of São Luís - MA, in order to know the characteristics, techniques and strategies used to insert this follow-up in the market. And also to the improvement of the management process, in order to increase the possibilities of growth of the sector. In order to carry out the data collection, ten questionnaires were applied to the entrepreneurs involved in the process of insertion of this new follow-up in the São Luís do Maranhão market. The results indicate that the profile of gastronomic entrepreneurs on wheels portrays the entrepreneurial spirit, persistent and determined, which are motivated by the need for independence and personal and professional achievement.

Keywords: Entrepreneurship. Gastronomy. On wheels.

LISTA DE QUADROS E GRÁFICOS

Quadro 1 - Características do perfil do empreendedor	23
Gráfico 1 - Sexo	32
Gráfico 2 - Faixa etária	33
Gráfico 3 - Escolaridade	34
Gráfico 4 - Motivação para iniciar o negocio	35
Gráfico 5 - Áreas de capacitação	36
Gráfico 6 - Plano de negócio	37
Gráfico 7 - Estimativa do investimento inicial	39
Gráfico 8 - Recursos utilizados no investimento.....	40
Gráfico 9 - Situação profissional atual.....	41
Gráfico 10 - Extensão de loja física.....	42
Gráfico 11 - Dias de funcionamento do negócio.....	43
Gráfico 12 - Média diária de clientes	44
Gráfico 13 - Familiares dependentes do negócio	45
Gráfico 14 - Divulgação do negócio	46
Gráfico 15 - Experiências anteriores	47
Gráfico 16 - Tempo de atividade no ramo da gastronomia sobre rodas	48
Gráfico 17 - Principais estratégias de vendas	49
Gráfico 18 - Prática sustentável	50
Gráfico 19 - Forma jurídica do negócio	51
Gráfico 20 - Condições favoráveis para empreender no setor	52

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	Definição do problema	13
1.2	Hipóteses	14
1.3	objetivos	14
1.3.1	Geral	14
1.3.2	Específicos	15
1.4	Justificativa	15
1.5	Estrutura do trabalho	16
2	EMPREENDEDORISMO	17
2.1	Empreendedorismo no Brasil	19
2.2	Empreendedorismo na cidade de São Luís	20
2.3	Perfil, características e habilidades do empreendedor	22
3	GASTRONOMIA	25
3.1	Gastronomia como oportunidade empreendedora	26
3.2	Gastronomia sobre rodas	27
4	METODOLOGIA APLICADA	30
4.1	Tipo de pesquisa	30
4.2	Seleção da amostra	31
4.3	Coleta de dados	31
4.4	Tratamento dos dados	31
5	CONHECIMENTO DA REALIDADE DO EMPREENDEDOR DA GASTRONOMIA SOBRE RODAS EM SÃO LUIS – MA	32
5.1	Apresentação e análise dos resultados	34
6	CONCLUSÃO	54
	REFERÊNCIAS	57
	APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DE COLETA DE DADOS	60

1 INTRODUÇÃO

A estagnação ou retração do mercado pode representar um momento de grandes oportunidades, pois muitos negócios nascem nos períodos instabilidade econômica. A crise tem seu lado positivo, haja vista que é uma oportunidade de sair da zona de conforto, reinventar, buscar novas possibilidades de rendas ou desenvolver novos produtos e serviços.

Dessa forma, o empreendedorismo pode ser concebido como uma estratégia de negócio para àqueles que procuram novas perspectivas no mercado laboral. A diminuição dos postos de trabalho tem sido um fator estimulador para que, muitos empreendedores, invistam em ideias de abrir seu próprio negócio.

Contudo, é importante ressaltar que não se deve empreender apenas em tempo de crise, mas sim, quando as oportunidades são detectadas e visualizadas, para, então, inovar ou criar novas formas de negócio.

Todo e qualquer empreendedor precisa ter claro os objetivos a serem alcançados, além de saber diferenciar ideias de oportunidades. Outro fator que tem contribuído, nos últimos anos, para o fomento de uma cultura empreendedora no contexto brasileiro são as políticas governamentais, a exemplo da criação da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas (Lei nº 123/2006 alterada pela Lei Complementar nº 147/2014).

A praticidade, os novos hábitos de consumo e a busca pela alimentação fora de casa fizeram com que a gastronomia de rua passasse a estar mais presente em várias cidades do mundo, com uma grande oferta de produtos para atender a diversidade de gostos e hábitos alimentares. Nesse contexto, entra em cena a gastronomia sobres rodas como modelo de negócio e nova forma de empreender aliada à inovação, que se expandiu nos centros urbanos face a busca de alternativas diferenciadas de inovar no setor gastronômico.

A gastronomia sobre rodas são empreendimentos que têm encontrado espaço no mercado e estão relacionados a uma forma de inserção no universo *gourmet*, que se constitui um segmento em crescimento no Brasil.

A partir de uma perspectiva de inovação e empreendedorismo a abordagem dada ao tema foi motivada por diversos fatores tais como: o reconhecimento da importância do empreendedorismo para a economia brasileira, o interesse em demonstrar que o negócio sobre rodas está em evidência e que os empreendedores têm visões diferenciadas para terem vantagens competitivas neste ramo.

Diante da relevância do tema abordado, estudaremos o seguinte:

As atuais condições técnicas e profissionais do empreendedor da gastronomia sobre rodas no mercado de São Luís – MA favorecem o crescimento empresarial individual e do setor?

Para responder a essa problemática, faz-se necessário tanto uma revisão bibliográfica quanto a seleção e aplicação de instrumentos de coleta de informações que permitam que a temática investigada atinja o objetivo geral da pesquisa que é colher informações necessárias para um estudo sobre o perfil do empreendedor da gastronomia sobre rodas no mercado de São Luís – MA, visando conhecer as características, técnicas e estratégias utilizadas para inserção desse seguimento no mercado.

A perspectiva é de que o estudo traga contribuições significativas para a discussão no meio acadêmico quanto a importância do surgimento de novos modelos de negócios em tempos de crise, à medida que amplia o conhecimento acerca do tema, fornece subsídios que servirão de referências para outras pesquisas científicas e desperta um olhar diferenciado para a gestão empreendedora e oportunidades para empreender.

A experiência de aprofundar a análise deste estudo de caso, sobre o modelo de negócio conhecido como gastronomia sobre rodas, possibilitou direcionar novas perspectivas para a inovação e sua importância na evolução dos empreendedores.

1.1 Definição do problema

Esta pesquisa delimitou-se em colher informações necessárias para um estudo sobre o perfil do empreendedor da gastronomia sobre rodas no mercado de São

Luís – MA, visando conhecer as características, técnicas e estratégias utilizadas para inserção desse segmento no mercado, bem como, sua percepção sobre o ambiente de negócios, que se apresenta para este setor, com influência no crescimento empresarial dos empreendedores do mesmo. A melhoria do processo de gestão, com o intuito de aumentar as possibilidades de crescimento do setor, também foi pesquisada.

Assim sendo, este estudo cumpre o papel de investigar o perfil do empreendedor da gastronomia sobre rodas na cidade de São Luís do Maranhão, visando conhecer as suas atuais condições técnicas e profissionais no mercado e se as mesmas favorecem o crescimento empresarial individual e do setor.

1.2 Hipóteses

Os empresários da gastronomia sobre rodas dispõem de preparação técnicas e ambiência de negócio para o desenvolvimento empresarial e individual.

O modelo de negócio favorece o crescimento e desenvolvimento dos empreendimentos do setor, e o torna capaz de contribuir para economia brasileira, contribuindo para o PIB estadual, e por consequência, o municipal.

1.3 Objetivos

1.3.1 Geral

Conhecer e analisar o atual perfil do empreendedor da gastronomia sobre rodas em São Luís- MA, o ambiente de negócios existente, e suas influências no desenvolvimento sustentável do setor.

1.3.2 Específicos

- Identificar as questões legais pertinentes ao setor.
- Mapear as atuais condições técnicas e profissionais dos empreendedores.
- Identificar as estratégias utilizadas pelos envolvidos no processo de inserção desse novo modelo de negócio no mercado de São Luís – MA.
- Identificar a existência de ambiência favorável para empreender no setor.
- Identificar o grau de maturidade dos empreendedores.
- Conhecer o modelo de gestão dos empreendimentos.

1.4 Justificativa

A justificativa para esta pesquisa é a importância da geração do conhecimento para os empreendedores, estudantes de administração, governo e estudiosos a respeito da gastronomia sobre rodas.

Devido a necessidade de um diferencial para os empreendedores se manterem no mercado competitivo, existem evidências de que a gastronomia sobre rodas vem se tornando um instrumento fundamental no processo de inovação e empreendedorismo.

Por fim, o estudo se faz viável, devido à importância social do setor para a geração do emprego e trabalho, para a econômica por gerar renda, para cultural por ser um canal de divulgação da gastronomia maranhense, e também para o turismo por ter o potencial de se constituir como referência gastronômica aos visitantes de São Luís, constituindo-se como uma atração a quem visita à capital, além da grande importância do empreendedorismo para a economia brasileira, contribuindo para o PIB municipal e por consequência, o estadual.

1.5 Estrutura do trabalho

Ao longo do estudo encontraremos 6 capítulos de divisão da estrutura do trabalho, onde primeiramente veremos a introdução, em seguida a apresentação da definição do problema de pesquisa, hipóteses, objetivos gerais e específicos, justificativa e essa atual seção.

O segundo e terceiro capítulos refere-se ao referencial teórico do presente estudo, onde serão abordados os seguintes temas: empreendedorismo; empreendedorismo no Brasil; empreendedorismo na cidade de São Luís; perfil, características e habilidades do empreendedor; gastronomia; gastronomia como oportunidade empreendedora; gastronomia sobre rodas.

O quarto capítulo apresenta metodologia utilizada na pesquisa e para coleta de dados. Abordando o tipo de pesquisa; fontes utilizadas; seleção da amostra; coleta de dados; tratamento dos dados.

No quinto capítulo serão abordados os seguintes assuntos: conhecimento da realidade do empreendedor da gastronomia sobre rodas em São Luís – MA; e a apresentação e análise dos resultados da pesquisa.

O último capítulo apresenta a conclusão dos resultados obtidos na pesquisa com os empreendedores da gastronomia sobre rodas de São Luís. Em seguida as referências utilizadas ao longo do trabalho.

2 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo é um processo utilizado para definição de iniciativas inovadoras de implementação de negócios, tendo como um dos objetivos principais a criação e produção de algo novo no mercado ou em determinado setor empresarial. Sua importância se dá pelo fato de ser um grande contribuidor do desenvolvimento econômico e social de uma nação.

Como bem nos assegura Dornelas (2016) pode-se dizer que o empreendedorismo acontece quando um conjunto de pessoas e processos se envolvem em favor da transformação de ideias em oportunidades. Logo, todo esse envolvimento e sua perfeita implementação, resulta na criação de negócios de sucesso. Esse processo envolve todas as funções, atividades e ações relacionadas à criação e produção negócios inovadores, de valor, onde a devoção, comprometimento e esforços são necessários para se tornar um empreendedor bem-sucedido.

O empreendedorismo possui o poder da transformação pessoal e profissional. Tendo como um ponto importante a evolução através das habilidades adquiridas pelo envolvimento de pessoas que buscam constantemente inovações. Sendo assim, é possível observar que todos os critérios citados anteriormente são necessários para que os envolvidos no processo empreendedor obtenham sucesso.

O processo do empreendedorismo serve para mover a economia, alavancar mudanças e impulsionar a criação de novas ideias. É uma das mais poderosas fontes de energia para o desenvolvimento econômico de uma região ou país. Transformando as oportunidades em futuros negócios, conduzindo os cidadãos a se tornarem cada vez mais capazes de assumir riscos, a começarem algo novo, assumindo responsabilidades e comprometimento com o objetivo a ser alcançado. Dessa forma, possibilitando o caminho ao desenvolvimento e progresso de uma nação (CHIAVENATO, 2012).

Conforme verificado, o empreendedorismo possui diversas funcionalidades, entre elas a de produção e criação de ideias inovadoras, trata-se inegavelmente do fator principal para se dar os primeiros passos rumo a implementação de negócios bem-sucedidos. Assim, reveste-se de particular importância lembrar que o processo

empreendedor exige características desafiadoras. Sobre essa ótica, ganha particular relevância, o conjunto dessas características que possui o poder de transformar oportunidades em negócios. “É essa força vital que faz pulsar o coração da economia de uma região ou de um país” (CHIAVENATO, 2012, p. 4)

A importância do empreendedorismo está relacionada ao desenvolvimento econômico e social de um país. Proporcionado pelas habilidades técnicas, gerenciais e operacionais advindas do processo empreendedor que impulsionam a criação de novos negócios. Dessa forma, se torna possível a geração de renda, emprego e contribuições municipais e estaduais que incentivam o progresso e crescimento do sistema econômico de um país.

O empreendedorismo tem uma função importante na criação e no crescimento dos negócios, assim como no crescimento e na prosperidade de nações e regiões. Esses resultados em larga escala podem ter princípios um tanto modestos, pois as ações empreendedoras começam no ponto em que uma oportunidade lucrativa encontra um indivíduo empreendedor (HISRIC, PETERS e SHEPHERD, 2014, p. 6).

Pode-se dizer que o empreendedorismo impulsiona a economia de nações. Nesse contexto fica claro a sua relevância perante a sociedade e ao sistema econômico de uma determinada região. Não é exagero afirmar que o processo empreendedor transforma nações. Com isso, não se trata somente de criações de ideias e negócios, mas sim de oportunidades únicas e de sucesso captadas pelo o olhar de um empreendedor.

É importante ressaltar que o empreendedorismo está relacionado a prática da criação de negócios inovadores. Portanto, faz-se necessário um conjunto de habilidades e capacidades para enxergar as oportunidades. Assim, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social de um país.

2.1 Empreendedorismo no Brasil

O conceito do termo empreendedorismo no Brasil começou a se intensificar em meados da década de 90, e no ano 2000 começou o seu processo de consolidação. Nesse período a falta de informações e conhecimentos sobre esse assunto, tornou a prática do empreendedorismo praticamente inexistente. Por conta da globalização, instabilidade econômica, competitividade e a necessidade de manter-se no mercado o empreendedorismo começou a ser visto com alternativa para os cidadãos que buscavam a sua independência através do seu próprio negócio.

O interesse pelo termo empreendedorismo se dá por diversos fatores. Nos países capitalistas, esse assunto não se trata de algo novo ou desconhecido, pelo contrário, é uma das principais características do capitalismo existentes nesses países. No entanto, no Brasil esse assunto começou a receber mais atenção, por se tratar de uma válvula de escape para a instabilidade da economia e tentativas de diminuição das taxas de mortalidades dos empreendimentos (DORNELAS, 2016).

O início da prática empreendedora no Brasil impulsionou os governantes e os interessados nesse processo, a olharem os empreendimentos como uma das soluções para as crises econômicas, incentivando-os na criação de meios capazes de estimular a capacitação profissional dos empreendedores. Pois essas habilidades técnicas e gerenciais estavam diretamente ligadas ao sucesso ou mortalidade de um negócio.

De acordo com (SEBRAE, 2018), os programas de capacitação refletem diretamente a competitividade e desenvolvimento sustentável dos empreendimentos. O estímulo do aperfeiçoamento dessas habilidades através das consultorias e assistências prestadas à sociedade, buscam agregar valor e orientar os cidadãos a acelerar o processo de consolidação e posicionamento no mercado dos negócios.

Conforme Santos (2014, p. 22) "...desenvolver uma cultura educacional voltada para a capacitação dos cidadãos para o sucesso e para a autodeterminação material". Por todas essas razões, é notório a importância de tais capacitações, auxiliando os cidadãos no processo de evolução profissional e pessoal.

Atualmente, o empreendedorismo brasileiro conseguiu ganhar forças, através da intensificação dos estudos voltados para esse termo “empreendedorismo”, o qual era quase inexistente no início do século XX. Seu crescimento se deu de forma rápida, impulsionando fortemente a busca de informações sobre seus aspectos, características e fatores. Lopes (2017, p. 4) define essa evolução da seguinte forma:

Assim, a difusão foi tão rápida que, hoje, um dos sonhos mais importantes e mais frequentes entre os brasileiros e o empreendedor: 34% dos brasileiros entre 18 e 64 anos têm entre seus principais sonhos o de empreender. De 70% a 80% concordaram que a carreira de empreendedor é desejável, e 39,3% estavam envolvidos com negócios, sendo que 21% deles estavam envolvidos com as etapas iniciais do negócio, segundo dados do estudo Empreendedorismo Brasileiro, de 2015 (Global Entrepreneurship Monitor- GEM).

O processo evolutivo do empreendedorismo caracteriza o forte desejo do cidadão brasileiro em ser dono do seu próprio negócio. Com isso, conseguiu alcançar uma enorme influência entre os mesmos, proporcionando-os a capacidade de alavancar o sistema econômico e social do país.

Nesse contexto, fica claro que o empreendedorismo conseguiu conquistar seu papel de impulsionador da economia brasileira, através dos benefícios trazidos por ele para a economia e a sociedade.

2.2 Empreendedorismo na cidade de São Luís

O empreendedorismo Ludovicense se destaca pela participação significativa nos índices de desenvolvido econômico e social do estado (GOVERNO DO MARANHÃO, 2018). A fomentação do empreendedorismo por meio dos apoiadores sociais contribui ainda mais para o seu poder influenciador. A criação de oportunidades para se driblar a crise, influenciam cada vez mais os cidadãos a apostar em um novo negócio.

De acordo com o ranking ICE 2015, São Luís ocupa a 5ª posição entre as cidades que se destacam pelo desenvolvimento econômico e pelos clientes potenciais do país (EXAME PME, 2015). Esses indicadores refletem a influência e prática do

empreendedorismo na capital maranhense, propiciando-a com melhores ambientes para empreender.

De fato, esses dados são muito relevantes, mas vale ressaltar que segundo o levantamento anual do realizado pelo Endeavor 2016 a capital maranhense encontra-se na 6º posição de pior capital brasileira para se empreender. Oscilando significativamente com o ano anterior. E um dos principais fatores para essa baixa avaliação, seria a violência urbana, que acabam por influenciar diretamente a rotina do empreendedor. (RAPOSO, 2017)

Os fatores externos são desafios constantes para aqueles que buscam empreender, sendo eles econômicos, climáticos ou estruturais. Com isso, é importante sempre manter-se informado, capacitado e habilitado para lidar com todos esses obstáculos que fazem parte da vida empreendedora.

Com base neste ponto, percebe-se o quanto se faz importante o apoio de entidades como o Sebrae em todas as cidades e estados brasileiros, que tem como foco principal a fomentação do empreendedorismo e a orientação adequada àqueles que buscam empreender através de um negócio novo ou aprimorar algo já existente. Conforme Salim e Silva (2010, p. 10) é importante ressaltar que:

O cenário do empreendedorismo no Brasil está mais iluminado agora, graças ao trabalho de todas as entidades que participam desse esforço, como as já citadas e mais ainda o Sebrae, as universidades, as redes de tecnologia, as Fundações de Amparo à Pesquisa, que nos estados cada vez mais acrescentam o nome empreendedorismo ao seu próprio, as entidades que praticam o empreendedorismo social, os prefeitos que agem de modo empreendedor na criação de seus empreendimentos de desenvolvimento local.

O Sebrae, por meio dos eventos direcionados aos empreendedores, busca o fortalecimento e desenvolvimento dos empreendimentos. Esses eventos realizados em parcerias com os outros órgãos do estado auxiliam e incentivam novas gerações de empreendedores.

A necessidade de alternativas para driblar as crises e desempregos estimulam a sociedade a correr atrás de oportunidades capazes de ajudá-las a saírem desse quadro. E o empreendedorismo com o apoio de entidades como o Sebrae está sendo o principal meio para que isso aconteça.

2.3 Perfil, características e habilidades do empreendedor

No que tange ao perfil do empreendedor existem várias particularidades inerentes a sua formação e ao seu sucesso. Para empreender com êxito, é importante que o empreendedor apresente um perfil característico, no qual se destaca: oportunidade, autoconfiança, visão de futuro, otimismo, dinamismo, independência, persistência, flexibilidade, criatividade, percepção dos riscos, habilidade de relacionamento, dentre outros (DORNELAS, 2010).

Segundo Dal'Bó (2010), uma característica que diferencia o empreendedor das outras pessoas é a forma com que ele percebe a mudança e lida com as oportunidades que surgem. Além disso, tem a capacidade de assumir riscos de forma calculada. Ao colaborar com o exposto, Jung (2013) assinala algumas características que dão forma a uma personalidade empreendedora, dentre as quais estão incluídas: capacidade de administrar a si próprio, como uma fonte de soluções ao perceber as dificuldades que podem ocorrer em seu negócio; capacidade de aprimorar o seu conhecimento, que proporciona um resultado positivo para o negócio.

A literatura apresenta uma variação de características e habilidades do empreendedor, com destaque para a capacidade de correr riscos e necessidade de realização. E em razão dessa diversidade é que existe também várias definições sobre o que é ser empreendedor. Todavia, conforme assinala Dornelas (2010), seja qual for o entendimento do termo empreendedorismo, estarão presentes os seguintes aspectos inerentes ao perfil do empreendedor: iniciativa para inovar com um novo negócio, saber empregar os recursos disponíveis de maneira criativa, aceitar assumir riscos e a possibilidade de fracassar. Pertinente a essas características, o quadro 1 apresenta outras consideradas bastante evidentes:

Quadro 1 - Características do perfil do empreendedor

Características	Descrição
Auto eficaz	- A convicção que um indivíduo possui em relação a sua capacidade de mobilizar e motivar, realizar uma tarefa e exercitar o controle sobre eventos na sua vida.
Assume riscos calculados	- Indivíduo, face a um projeto pessoal relaciona e analisa os elementos que podem interferir no resultado, decidindo acerca da continuidade do projeto
Planejador	- Indivíduo com perspectivas ao longo prazo, prepara-se para o futuro
Detecta oportunidades	- Capacidade de apreensão, reconhecimento e uso efetivo de motivações abstratas, implícitas e em constante mudanças.
Persistente	- Capacidade de dedicar-se e trabalhar com grande intensidade, em projetos cujo retorno é incerto.
Sociável	- Indivíduo possuidor da capacidade de fazer uso das redes sociais para suporte à atividade profissional
Inovador	- Sabe relaciona ideias, fatos, necessidade e demandas de mercado com criatividade
Líder	- Tem a capacidade de influenciar outras pessoas a adotarem voluntariamente o seu objetivo.

Fonte: Schmidt e Bohnenberger (2012, p. 37)

Conforme pode ser observado no quadro 1, em relação as características do empreendedor, não há uma regra única para caracterizar um perfil padronizado que possa identificá-lo, em razão das diversidades de entendimento sobre o que é ser empreendedor. Essa mesma diversidade de definições leva a configuração de distintos tipos de empreendedores, também citados na literatura como, por exemplo: o nato, o inesperado, o serial, o corporativo social, o planejado, o herdeiro, dentre outros.

O Sebrae (2015) para definir os empreendedores de sucesso, os caracteriza conforme alguns grupos, os quais são descritos da seguinte forma: grupo de características relacionados à realização (busca de oportunidades e iniciativa, exigir qualidade e eficiência, persistência e comprometimento); grupo de características relacionadas ao planejamento (busca de informações, estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento sistemático e grupo de características relacionadas ao poder (persuasão e redes de contatos, independência e autoconfiança.).

Diante da diversidade de características e perfis empreendedores é possível afirmar que não existe um único tipo de empreendedor ou um modelo padrão que possa servir de exemplo. De fato, há vários tipos de empreendedores (nato, o que aprende, o que cria novos negócios, o corporativo, o social, o que nasce por necessidade, o planejado, além de outros). O que irá diferenciá-los são os seus objetivos e perspectivas (DORNELAS, 2010).

3 GASTRONOMIA

A gastronomia faz parte das principais necessidades básicas de um ser. Sua capacidade de transmitir satisfação e prazeres fez com que se torne mais especial o momento da degustação dos alimentos.

Conforme Braune e Franco(2017), pode-se dizer que a gastronomia é uma “arte de cozinhar” uma boa comida. Nesse contexto, fica claro que sua prática exige conhecimento, habilidades e técnicas de quem a produz. Mas vale ressaltar que para toda arte, faz-se necessário a exigência de um público capaz de apreciá-la, e nesse caso, trata-se de pessoas com habilidades para o gosto gastronômico.

Essa consideração é justificada pela experiência única proporcionada ao paladar. Entretanto, é evidente que para se chegar a um excelente nível de satisfação as técnicas são muito importantes, haja vista que esse processo faz bem tanto para o corpo como para alma. Soma-se a isso fatores consideráveis, tais como, texturas, formas, sabores. Dessa maneira, o agrupamento de todos esses fatores torna ainda mais agradável o ato da alimentação. Dessa forma:

Qualquer alimento, independentemente do cuidado com que é preparado, nos alimenta e nutre, portanto cumpre uma função, como o vaso que o artesão faz: mantém seu conteúdo líquido. Quando se prepara o alimento com arte, transforma-se o que era apenas alimento para o corpo em experiência estética, prazer e alimento para o espírito; tem-se, então gastronomia, porquanto sua forma, textura, sabor, aroma, cores, temperatura etc., compõem-se um conjunto harmonioso que oferece a quem prova, além de alimento, a experiência do belo em mais de um sentido. É a estética do gosto. (BRAUNE e FRANCO, 2017, p. 6)

A experiência proporcionada pela a prática gastronômica tem o poder de renovação. Através do amor, cuidado e carinho que usamos na preparação dos alimentos, faz com que eles transmitem uma paz corporal e espiritual tanto para os que produzem, quanto para quem irá degustar.

Coletti (2016) esclarece que, o processo evolutivo da gastronomia se deu por meio dos avanços industriais e tecnológicos da era atual. Possibilitando novas alternativas de produção, tal como, a dos alimentos preparados em série. Transformando

o que se entendia por alimentar. Os aspectos adotados por esses avanços da vida moderna, contribuíram para que ocorresse uma adaptação dos métodos de preparação dos alimentos às necessidades das pessoas e do mercado.

Nota-se que as evoluções ocorridas nos campos sociais, industriais e tecnológicos influenciaram no desenvolvimento da gastronomia. Diante do exposto, foi possível a criação de novas técnicas e habilidades alimentares entorno do que já existia. Os frutos desse processo evolutivo garantiram o aprimoramento gastronômico, deixando-o ainda mais prazeroso.

3.1 Gastronomia como oportunidade empreendedora

A busca por novas alternativas de se manter no mercado competitivo dos negócios, fez com que a gastronomia passasse a ser enxergada como um dos principais nichos do mercado para empreender. Devido a aparência de ser algo fácil de ser criado e administrado.

O setor da gastronomia requer algumas exigências, dentre elas, profissionais capacitados e habilitados a cuidar de todo o seu processo. Os cuidados com o ambiente culinário não estão relacionados apenas com a preparação da comida, mas também com o seu processo como um todo, desde da escolha dos produtos, compras e preparação. Ou seja, seu gerenciamento por completo (MEU SUCESSO, 2015).

Com base neste ponto, o mercado gastronômico trata-se de um mercado bastante promissor. Percebe-se aqui, entretanto, uma questão fundamental quando se fala em empreender neste mercado, que são as capacidades e habilidades para gerir esse negócio. Vale esclarecer que assim como as outras áreas de atuação empreendedora, a gastronomia também possui grandes desafios e a preparação profissional é um dos melhores meios para se manter nesse setor.

Sebrae (2014, p. 47), “Persistir sem ser teimoso. O setor de alimentação fora do lar requer muita paciência e dedicação do seu empreendedor. Fazer com que pessoas criem o hábito de frequentar o seu estabelecimento leva um certo tempo”.

Realmente, esse é um fato que requer cuidados, pois o setor alimentício é um ramo desafiador, onde requer muita capacitação dos envolvidos no processo da preparação dos alimentos. Dessa forma, a experiência e satisfação proporcionada ao seu público alvo têm que ser de fato únicas, prazerosas, agradáveis, pois é através desses fatores que acontece a tão almejada fidelização de clientes.

Atualmente existe uma quantidade muito grande de empreendimentos no setor. Praticamente todos os tipos de cozinhas são explorados. Assim como todos os tipos de serviços. A concorrência é muito grande, como também a nova entrada de investidores. A escolha do ponto é um indicador importante, mas o seu investimento é alto, seja para aluguel ou compra. A persistência é uma característica típica do empreendedor do setor. Trabalhar duro dia após dia para ver os clientes chegarem lentamente e criarem o hábito de frequência ao longo de cada dia da semana. (SEBRAE, 2014, p. 47)

De fato, o mercado da gastronomia é muito competitivo. E possuir as características de um empreendedor com iniciativa, persistente, inovador, capaz de buscar oportunidades de diferenciação dos seus concorrentes é de suma importância para sua sobrevivência nesse mercado tão promissor e ao mesmo tempo tão competitivo.

3.2 Gastronomia sobre rodas

A gastronomia sobre rodas ainda é algo novo no Brasil, diferentemente dos outros países, que já trabalham a um certo tempo com essa nova modalidade de negócio. Trata-se de um mercado inovador da prática milenar da alimentação fora do lar. Que serve para sofisticar uma das principais necessidades básicas de sobrevivência, a alimentação. A sua importância está relacionada com sua capacidade inovadora na forma do preparo e maneira de servir ao seu público, e também pelo seu poder de geração do desenvolvimento econômico.

De acordo com o Sebrae (2018), os empreendedores brasileiros começaram a adotar esse novo modelo de negócio devido ao sucesso que fazem em outros países. O mercado da gastronomia sobre rodas começou a ganhar forças no ano de 2014, e

atualmente contribui como fonte de renda para aproximadamente 2% da população brasileira.

Com as novas tendências do mercado, a busca por inovação e uma posição de destaque no setor esse modelo de negócio de sucesso no exterior, tronou-se uma alternativa para que os empreendedores buscassem uma forma de empreender em algo novo, capaz de movimentar o setor econômico em crise e o desenvolvimento social.

A gastronomia sobre rodas serve para suprir as necessidades de pessoas que buscam por agilidade, qualidade e preço acessíveis da prática da alimentação fora do lar. A correria do dia a dia da sociedade moderna, torna essa nova modalidade de negócio gastronômico bastante atrativa (SILVA, LIMA e LOURENÇO, 2015). Com a ajuda do desenvolvimento tecnológico e novas formas de produção dos alimentos, esse setor vem ganhando posição de destaque quando se refere a experiência de comer fora do lar e apreciação de uma boa comida.

Conforme Cavalli (2003), os empreendimentos que trabalham no setor gastronômico, e principalmente aqueles que trabalham com a comercialização de produtos em vias públicas, precisam se preocupar não somente com questões tais como, agilidade e preços baixos, mas também, com as questões higiênicas, qualidade e segurança dos alimentos. Com base neste ponto, as questões legais junto as fiscalizações da vigilância sanitária são de extrema importância e são aplicáveis aos empreendimentos sobre rodas, assim zelando pelo não contaminação alimentar.

Todo empreendedor deve ter um altíssimo nível de exigência de qualidade e eficiência para se lançar no mundo dos negócios de AFL. Não há mais tempo para amadorismo. Criar um método para que este conceito seja transmitido para toda a brigada, fazendo parte da cultura do estabelecimento, é vital. Conforme já foi citado, poucos sobrevivem. O setor de alimentação é crítico porque mexe com um dos instintos básicos do ser humano: o ato de se alimentar. [...] Com tantas opções de mercado, fica improvável o retorno do cliente após uma experiência negativa (SEBRAE, 2014, p. 49)

Por todas essas razões, a gastronomia sobre rodas chegou para transformar e inovar o conceito da alimentação fora do lar. Sua forma diferenciada de produzir, servir e chegar aos clientes torna essa modalidade ainda mais promissora. A diversidade de produtos oferecidos com qualidade, gourmetização e higienização é um dos principais

atrativos aos olhos dos consumidores. Vale ressaltar, a sua contribuição perante a sociedade através da geração de renda e progresso do desenvolvimento econômico.

4 METODOLOGIA APLICADA

4.1 Tipo de pesquisa

A pesquisa, segundo orientações de Gil (1991) será classificada como aplicada, quanto à sua natureza, pois foi necessário a busca de conhecimentos para a aplicação em uma específica situação. Quanto a forma de abordagem, podemos defini-la como qualitativa e quantitativa, nos quais foram necessários a análise e interpretação dos dados coletados. Por meio da busca de atitudes e opiniões de pessoas envolvidas na gestão dos empreendimentos objeto de estudo se observa, explora e analisa as interações dos aspectos encontrados, tendo por base o referencial teórico a fim de compreender o processo do empreendedorismo na gastronomia, que neste caso se deu pelo estudo sobre o perfil do empreendedor da gastronomia sobre rodas no mercado de São Luís – MA, sendo abordados na ocasião os empreendedores responsáveis pela gestão da empresa.

Quanto aos fins da pesquisa podemos classificá-las como exploratória, pois foi necessário fazer uma revisão de literatura em busca de conteúdos de diferentes autores para o embasamento teórico do estudo. E descritiva pelo fato de ao longo do estudo ter tido a necessidade de descrever fatos e acontecimentos relacionados a pesquisa.

Já no que se refere aos procedimentos utilizados será por meio de um estudo de campo, o qual implica ir a campo em busca de evidências que possam sustentar as hipóteses da pesquisa. Indo em busca de informações e conhecimentos ligados ao problema de pesquisa, através da seleção criteriosa dos instrumentos materiais e métodos que foram utilizados em campo.

4.2 Seleção da amostra

A pesquisa foi realizada junto a um grupo de empreendedores que atuam no mercado da gastronomia no município de São Luís – MA. E contou com a participação de 20 empreendedores do ramo através de entrevistas e aplicações de questionários que continham 17 perguntas abertas e fechadas, com a participação direta do pesquisador. Teve a finalidade de coletar dados e informações acerca do atual perfil do empreendedor da gastronomia sobre rodas em São Luís- MA e as condições existentes para que o setor tenha um desenvolvimento sustentável.

4.3 Coleta de dados

A coleta de dados foi feita a partir de levantamento bibliográfico para a produção de referencial teórico sobre o tema da pesquisa, além do levantamento de dados baseados em aplicações de questionários com o objetivo de coletar informações relevantes a partir da percepção dos 20 empreendedores quanto as questões legais pertinentes ao setor, as atuais condições técnicas e profissionais, as estratégias utilizadas pelos envolvidos no processo de inserção desse novo modelo de negócio, a existência de ambiência favorável para empreender no setor, dentre outros aspetos. Possui um universo de aproximadamente 50 empreendedores apoiados pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

4.4 Tratamento dos dados

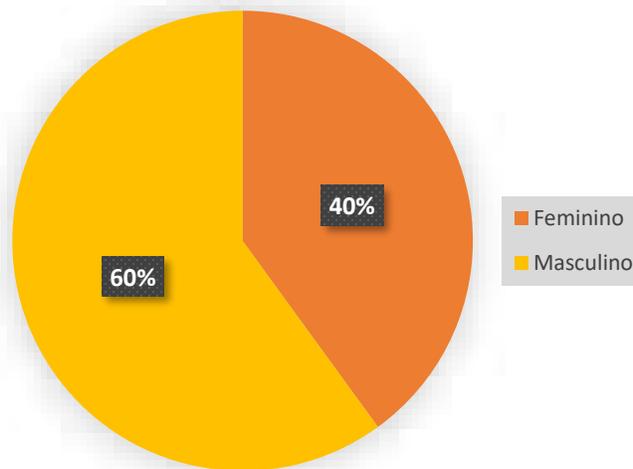
O processo de análise de dados se deu por meio da interpretação dos dados colhidos através da aplicação dos questionários e entrevista com os empreendedores do setor o qual foram objeto de estudo. Onde foi estabelecida a ligação entre os resultados obtidos com a aplicação do estudo em questão.

5 CONHECIMENTO DA REALIDADE DO EMPREENDEDOR DA GASTRONOMIA SOBRE RODAS EM SÃO LUIS – MA

A pesquisa de campo foi realizada junto aos empreendedores da gastronomia sobre rodas da cidade de São Luís do Maranhão. Onde contou com a colaboração de 20 empreendedores do ramo, com a faixa etária entre 18 a 60 anos, para a realização da aplicação do questionário. O tipo de amostragem foi a não probabilística por conveniência, onde os próprios empreendedores decidiram se iram ou não responder aos questionários.

O questionário possui 17 perguntas abertas e fechada, elaboradas pela autora da pesquisa. Essas perguntas permitiram analisar as características comportamentais e capacitações empreendedoras, os desafios enfrentados na inserção e formalização do negócio, os motivos que os levaram a empreender no setor da gastronomia sobre rodas, o conhecimento em relação a gestão do negócio e ramo do empreendimento, ou seja, o real perfil do empreendedor da gastronomia sobre rodas.

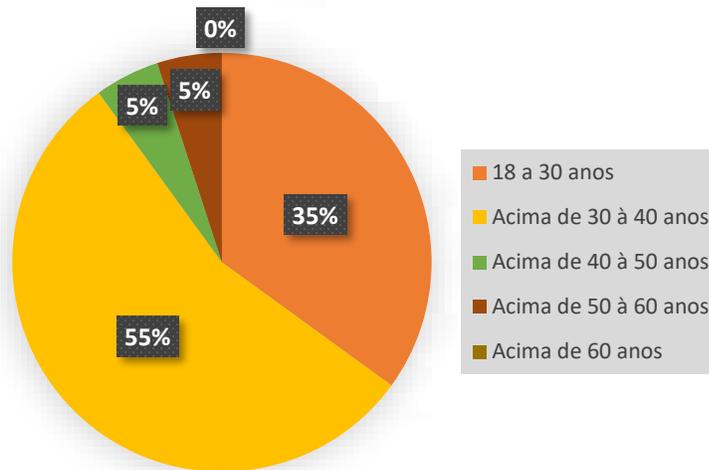
Gráfico 1 - Sexo



Fonte: Dados da pesquisa

De acordo com os gráficos acima, verifica-se que 60% dos empreendedores são do sexo masculino e 40% do sexo feminino.

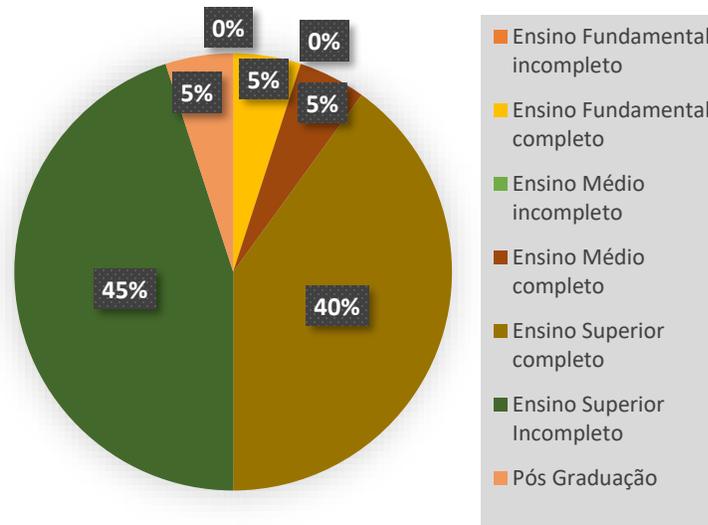
Gráfico 2 - Faixa Etária



Fonte: Dados da pesquisa

Já em relação a faixa etária dos empreendedores, a maioria que equivale a 55%, estão entre as idades acima de 30 a 40 anos, seguida de um percentual de 35% para as idades entre 18 a 30 anos. Restando 5% para as idades acima de 40 a 50 anos, 5% para as idades acima de 50 a 60 anos, e 0% as idades acima dos 60 anos.

Gráfico 3 - Escolaridade



Fonte: Dados da pesquisa

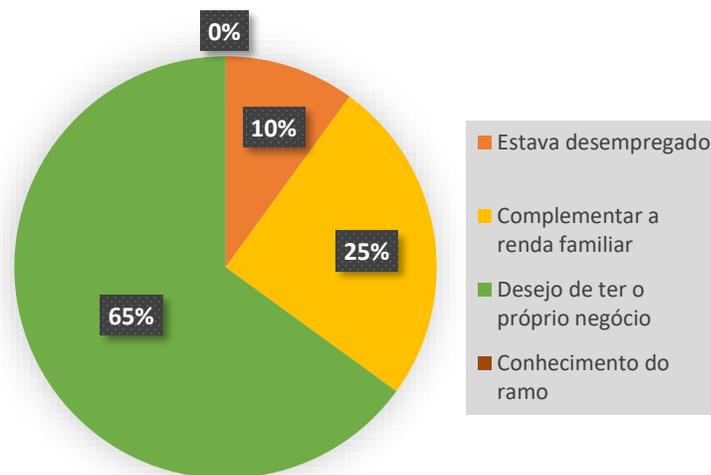
A escolaridade trata-se de um fator positivo na obtenção de conhecimento para a gestão um negócio. Dolabela (1999, p. 133) afirma que pesquisas realizadas pelo SEBRAE apontam que “quanto maior a escolaridade dos empreendedores, maior a chance de sucesso”. Conforme mostra o gráfico da escolaridade, 45% dos empreendedores ainda estão cursando o ensino superior e 40% já passaram pelo processo de conclusão do ensino superior, e os 15% restantes estão divididos em igual percentual entre ensino fundamental completo, ensino médio completo e pós-graduação.

5.1 Apresentação e análise dos resultados

Nesta seção iremos dar continuidade na apresentação das análises dos resultados obtidos através da aplicação do questionário que contém 17 perguntas realizadas juntos aos empreendedores. Possui um universo de aproximadamente 50 empreendedores apoiados pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas

Empresas, onde se trabalhou com uma amostra de 20 empreendedores que fazem parte deste universo. Com o objetivo de definir o perfil dos empreendedores que estão envolvidos no processo de inserção da gastronomia sobre rodas em São Luís.

Gráfico 4 - Motivação para iniciar o Negócio



Fonte: Dados da pesquisa

Conforme Chiavenato (2012, p. 10) “a um empreendedor são necessárias inspiração, motivação e sensibilidade”.

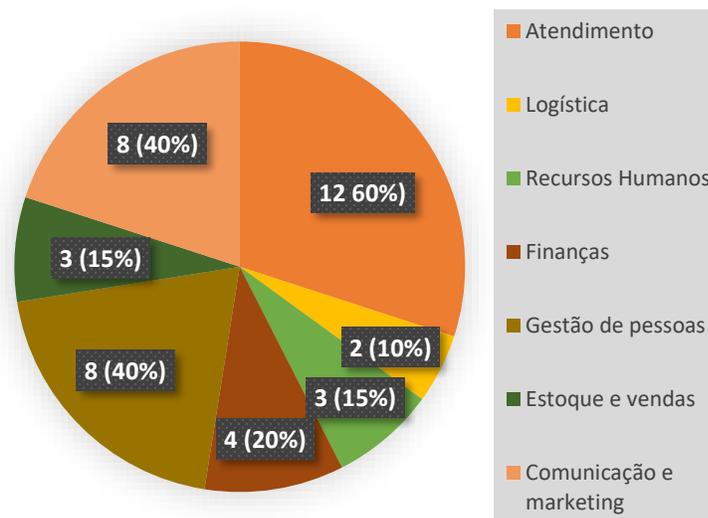
A motivação está relacionada à intensidade, foco e persistência dos esforços de uma pessoa para o alcance de um objetivo. Geralmente se dá pela exploração de uma oportunidade ou necessidade. E para o empreendedor é considerada um dos fatores principais na contribuição do desenvolvimento do negócio.

Ao serem questionados sobre os motivos que os levaram a empreender no ramo da gastronomia sobre rodas, prevalece com 65% o desejo de ter o próprio negócio, 25% o complemento da renda familiar e apenas 10% por estarem desempregado.

Nota-se então que a busca por uma independência financeira prevalece entre os empreendedores da gastronomia sobre rodas. Porém, somente esse interesse não é

suficientes para obter o êxito esperado. Segundo Motta (2015), é preciso que o empreendedor possua certas competências e características, algumas delas já citadas no referencial deste estudo, a exemplo da iniciativa e competência analítica para ver adiante e alcançar conclusões positivas que o levaram a tomar decisões acertadas. Portanto, espírito empreendedor, aprendizado, formação e capacidade empreendedora são essenciais para empreender.

Gráfico 5 - Áreas de Capacitação



Fonte: Dados da pesquisa

Para Oliveira (2014, p. 61) “Capacitação é a aprendizagem gradativa, acumulada e sustentada, ao longo do tempo, de um conjunto de conhecimentos, habilidades e atitudes”. Sua importância se dá pela contribuição no desenvolvimento e consolidação de um negócio.

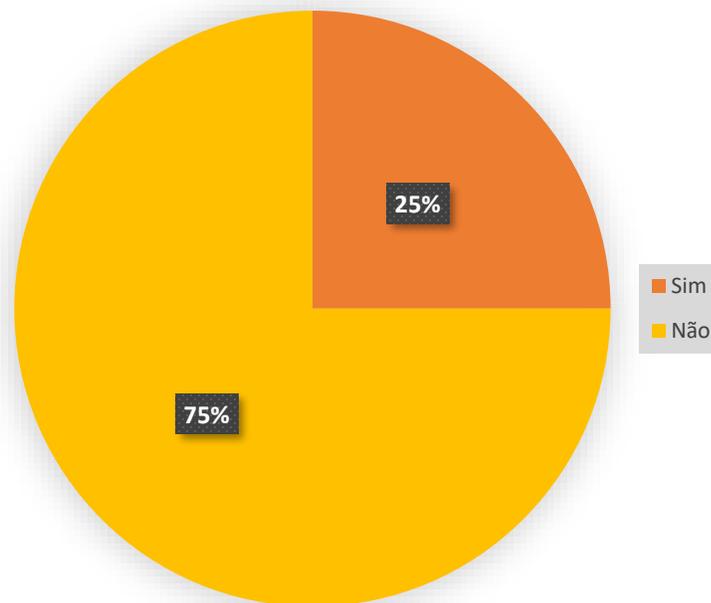
O gráfico acima trata-se de uma pergunta onde os respondentes escolheram mais de uma resposta. Mostra que da amostra de 20 empreendedores, 12 escolheram a área de Atendimento como a principal escolha de capacitação, totalizando um percentual

de 60% dos empreendedores. Seguida 40% da área de gestão de pessoas e 40% comunicação e marketing.

O atendimento é onde se tem o contato direto com o cliente, logo é de suma importância para o negócio, pois a experiência da excelência em um atendimento está entre um dos principais fatores de satisfação para o cliente.

E quando se refere ao modelo de negócio da gastronomia sobre rodas, a forma de abordagem no atendimento ao cliente se torna um grande diferencial. Pois sua forma de servir está direcionada ao cliente, através da comodidade de poder levar o seu produto a diferentes públicos de forma itinerante, o poder de estar em diferentes localidades.

Gráfico 6 - Plano de Negócio



Fonte: Dados da pesquisa

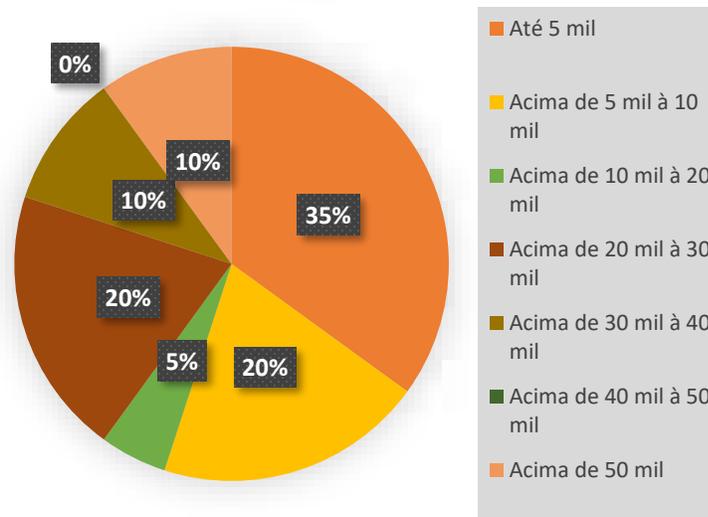
Segundo Dornelas (2016, p. 93) “essa ferramenta de gestão pode e deve ser usada por todo e qualquer empreendedor que queira transformar seu sonho em realidade, seguindo o caminho lógico e racional que se espera de um bom administrador”.

Quando questionados se o seu negócio partiu de um plano de negócio, 75% dos empreendedores responderam que não utilizaram dessa ferramenta para iniciar seu negócio.

Dornelas (2016) argumenta ainda que, essa ferramenta é o cartão de visita de um negócio, contribuindo para uma boa apresentação do negócio junto aos futuros investidores, bancos, potenciais parceiros, fornecedores e consumidores. Entretanto, quando elaborado de forma errada, pode se tornar um cartão de desqualificação do negócio. Serve para sintetizar e expor as ideias do negócio, explorando possíveis potencialidades. Mostrando a probabilidade de sucesso do empreendimento e também a sua viabilidade no mercado.

Com base neste ponto, percebe-se que o plano de negócio é de suma importância para a construção de um empreendimento de sucesso e também para tomada de decisões do empreendedor. Entretanto, essa realidade ainda é um pouco distante na vida do microempreendedor individual, e conforme exposto acima, para os empreendedores da gastronomia sobre rodas também. Talvez por fatores relacionados a falta de conhecimento sobre o assunto, recursos financeiros, capacitações.

Gráfico 7 - Estimativa do Investimento Inicial



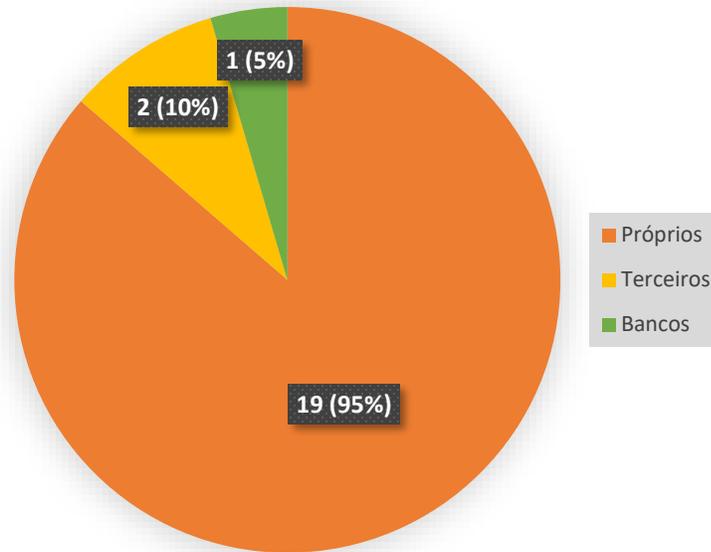
Fonte: Dados da pesquisa

Para Chiavenato (2012, p. 99) “É com o capital inicial que a empresa tem condições de reunir os recursos empresariais necessários ao seu funcionamento, sejam eles recursos humanos, materiais ou financeiros.

Conforme o gráfico da estimativa do investimento inicial, o maior percentual de investimento encontrado foi de 35% até 5 mil reais, seguido de 20% acima de 5 mil a 10 mil reais, ou seja, a maioria dos empreendedores resolveram arrisca com mais cautela no valor do investimento inicial do negócio.

Fica evidente, diante desse quadro, que os recursos disponíveis para o investimento inicial do negócio sobre rodas foram baixos, cautelosos. Pode-se dizer que o desconhecimento do novo modelo de negócio tenha contribuído para que o empreendedor optasse por ariscar menos, conforme esclarecido por alguns respondentes.

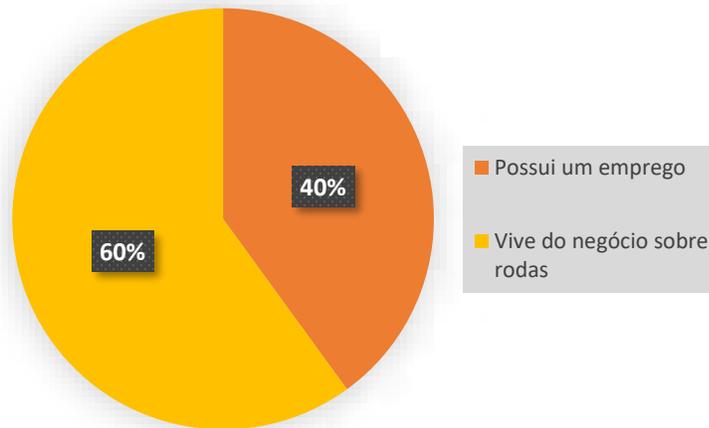
Gráfico 8 - Recursos Utilizados no Investimento



Fonte: Dados da pesquisa

O gráfico acima que se refere aos recursos utilizados no investimento, trata-se de uma pergunta onde os respondentes escolheram mais de uma resposta. Mostra que da amostra de 20 empreendedores, 19 (95%) utilizaram os seus próprios recursos financeiros, 10% captaram recursos de terceiros e apenas 5% juntos aos bancos.

Gráfico 9 - Situação Profissional Atual

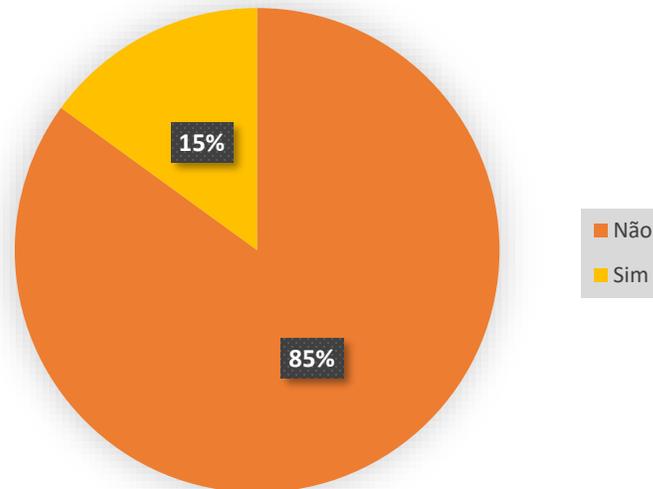


Fonte: Dados da pesquisa

Conforme exposto acima, 60% dos empreendedores possuem como renda apenas o que recebem através do negócio da gastronomia sobre rodas, e 40% possuem uma renda fixa através de um emprego.

Dessa forma, fica evidente que a maioria dos empreendedores optaram por abrirem o negócio sobre rodas como complemento da renda familiar. Em tempos de crise, esse tipo de realidade se torna mais evidente e acaba por estimular o espírito empreendedor dos cidadãos, como forma de estratégia para driblar os momentos difíceis enfrentados pelo desemprego e crise econômica do país.

Gráfico 10 - Extensão de Loja Física

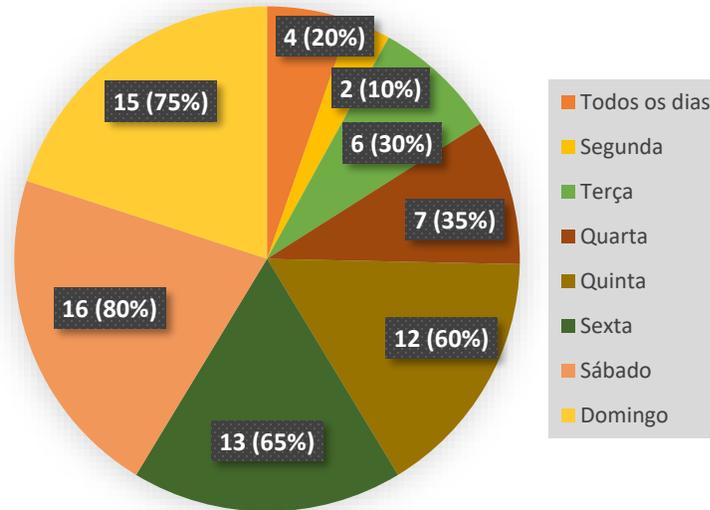


Fonte: Dados da pesquisa

Hisrich, Peters e Shepherd (2014, p. 105) “Uma oportunidade de negócio representa uma possibilidade para um empreendedor atender com êxito a uma necessidade insatisfeita suficientemente grande, o que resulta em vendas e lucros”.

Ao serem questionados se o seu negócio é uma extensão de loja física, 85% responderam que não, pois se tratava ainda do seu primeiro negócio. E 15% sim, pois enxergaram a oportunidade de levarem seus produtos diretamente ao cliente, através do negócio sobre rodas, pois esse tipo de negócio lhes dão a flexibilidade de poder estarem em diferentes localidades.

Gráfico 11 - Dias de Funcionamento do Negócio



Fonte: Dados da pesquisa

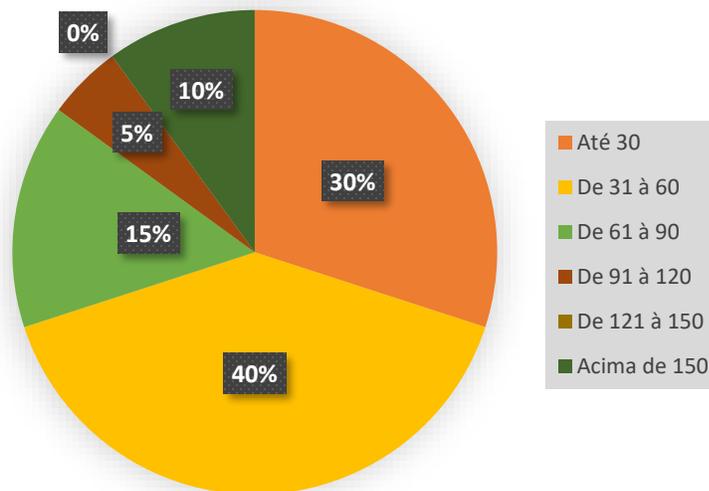
Para Chiavenato (2012, p. 77) “Trata-se de estabelecer as bases fundamentais a respeito de sua estrutura e seu funcionamento, isto é, de sua configuração e sua dinâmica”. Esses princípios são essenciais para que o negócio possa ter um futuro saudável e promissor.

Trata-se de uma pergunta onde os respondentes escolheram mais de uma resposta. Os dados mostram que ao se tratar dos dias da semana que funcionam o negócio, da amostra de 20 empreendedores, 16 (80%) deles informaram que funcionam aos sábados e 15 (75%) aos domingos, ou seja, prevalece para a maioria dos empreendedores o funcionamento aos finais de semanas, onde possuem uma maior probabilidade do fluxo de clientes. Seguidos das sextas e quintas, com 65% e 60% respectivamente das escolhas. Os menores percentuais ficaram para os dias de quarta 35%, terça 30%, segunda 10%, e apenas 4 (20%) empreendedores afirmaram que funcionam todos os dias da semana.

A melhor maneira de compreender esse processo é considerar que o fluxo de clientes é um dos principais pilares para a prosperidade e sucesso de negócio. Logo, fica evidente que esse fluxo de pessoas contribuiu consideravelmente para que a maioria dos

empreendedores escolhessem os finais de semana para funcionamento do negócio, pois é o período em que as pessoas geralmente dispõem para o lazer, e dessa forma contribuindo para uma maior demanda nas vendas.

Gráfico 12 - Média Diária de Clientes



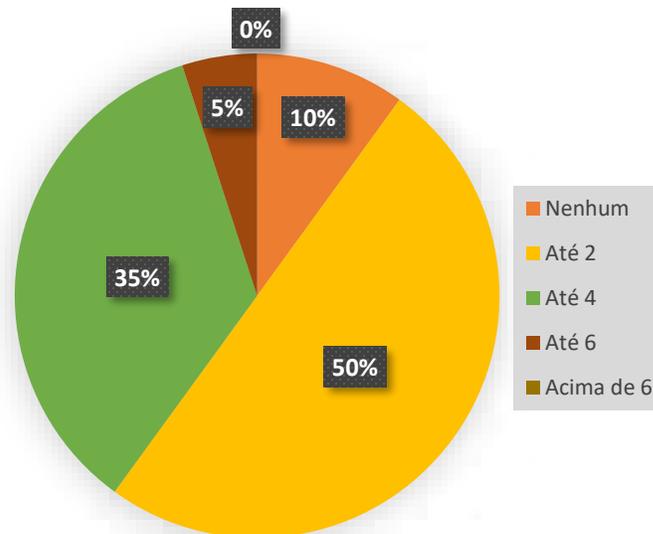
Fonte: Dados da pesquisa

No gráfico da média diária de clientes, 40% dos empreendedores responderam que geralmente atendem de 31 a 60 clientes por dia, 30% deles que seu atendimento gira em torno de até 30 clientes por dia, 15% de 61 à 90 clientes, 10% acima dos 150 clientes, 5% entre os 91 à 120 clientes e nem um caso de atendimento entre 121 à 150 clientes.

De acordo com Chiavenato (2012, p. 20) “O importante é ajustar seu produto/serviço a essas expectativas no sentido de agregar valor à sua compra e fazê-lo sentir-se satisfeito com sua decisão de compra”. A demanda de clientes está ligada diretamente com a experiência vivenciada no momento da compra. Quando o cliente se sente valorizado e compreendido, as chances de fidelização do cliente e a divulgação do

negócio por ele se torna bem mais promissora, contribuindo dessa forma para o aumento das vendas e demanda de clientes.

Gráfico 13 - Familiares Dependentes do negócio

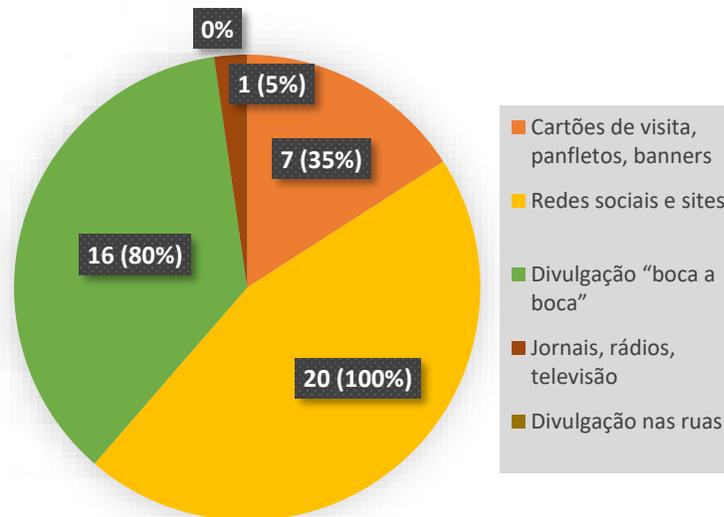


Fonte: Dados da pesquisa

Perguntado sobre quantos familiares dependem diretamente da renda do negócio. De acordo com o gráfico acima, 50% dos empreendedores responderam que possuem até 2 familiares dependentes do negócio, 35% deles possuem até 4 familiares dependentes do negócio, 10% não possuem nenhum dependente, 5% até 6 dependentes e nenhum percentual para acima de 6 familiares dependentes do negócio.

Observa-se com isso, que a necessidade do complemento da renda familiar se tornou o principal motivo que os levaram a empreender no ramo da gastronomia sobre rodas. E esse motivo está diretamente ligado ao sustento de seus dependentes familiares. Pois em tempo de crise, esta busca por fontes alternativas de renda se tornou uma realidade mais próxima. Instigando assim a criatividade e coragem dos cidadãos para apostarem em algo inovador, como o caso desses empreendedores da gastronomia sobre rodas

Gráfico 14 - Divulgação do Negócio



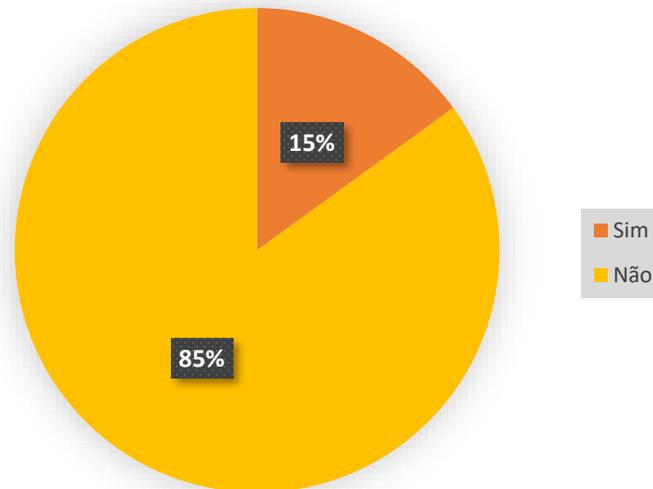
Fonte: Dados da pesquisa

Segundo Chiavenato (2012, p. 129) "O marketing constitui o principal elo entre o empreendedor e o cliente. É por meio do marketing que o cliente recebe o produto/serviço no momento certo, com as características e o preço adequados".

Trata-se de uma pergunta onde os respondentes escolheram mais de uma resposta. No gráfico acima, sobre as principais estratégias utilizadas pelos empreendedores na divulgação do negócio, prevalece com 100% as redes sociais e sites. Ou seja, amostra que contém 20 empreendedores, todos escolheram as mídias sociais como a principal estratégia de marketing. Seguido de 16 (80%) escolhas para a divulgação feita de boca a boca, 7 (35%) para cartões de visita, panfletos e banners, apenas 1 (5%) escolha para jornais, rádios e televisões. E nenhum dos empreendedores utilizam ainda dos meios de divulgações nas ruas.

Dessa forma, percebe-se que a internet, através das redes sociais e sites, vem sendo um forte aliado a esses empreendedores, por se tratar de um meio de comunicação de fácil acesso e divulgação imediata com todos.

Gráfico 15 - Experiências Anteriores



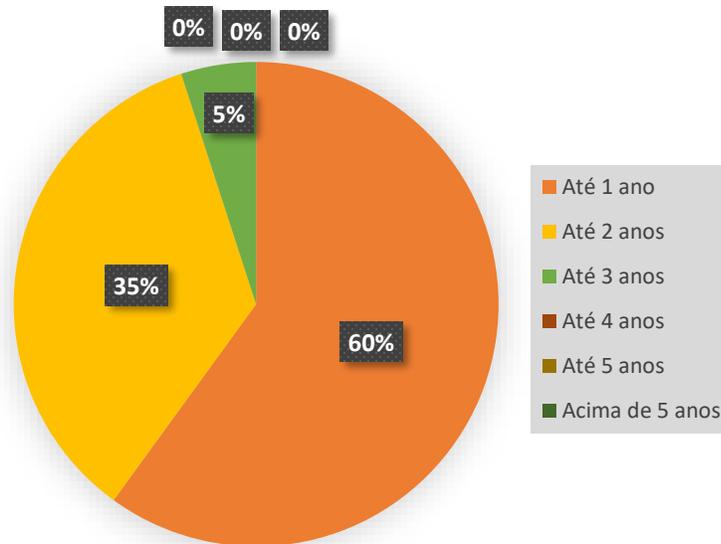
Fonte: Dados da pesquisa

Oliveira (2014, p. 324) afirma que o conhecimento “é o processo estruturado e sistematizado de obter, coordenar e compartilhar as experiências, [...] com a finalidade de otimizar o desempenho global das atividades e da administração empreendedora”.

Ao serem questionados sobre suas experiências anteriores com esse modelo de negócio da gastronomia sobre rodas ou outros negócios, 85% dos empreendedores responderam que é sua primeira experiência e atuação no mundo dos negócios. Apenas 15% dos empreendedores possuem experiências anteriores.

As experiências são de grande contribuição para a o desenvolvimento e gestão de um empreendimento. Serve para auxiliar os empreendedores nas tomadas de decisões, baseando-se nos fatos práticos já vividos por eles no mercado. E também contribuir para o sucesso do negócio.

Gráfico 16 - Tempo de Atividade no Ramo da Gastronomia Sobre Rodas



Fonte: Dados da pesquisa

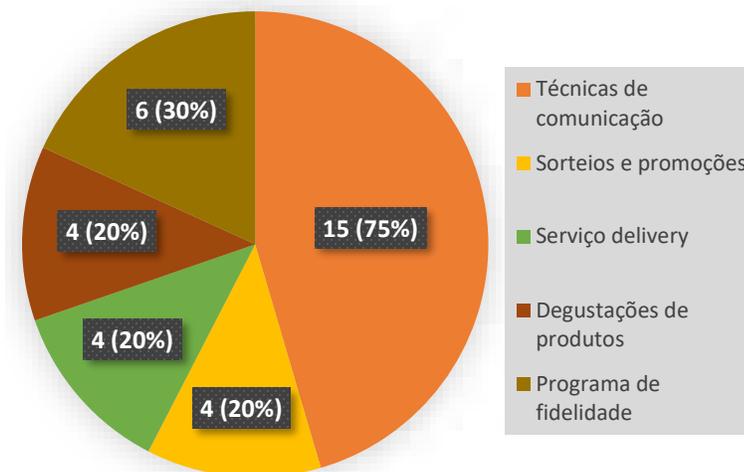
Certamente, ter foco e trabalhar em uma boa ideia gera bons resultados e a empresa começa a obter seus lucros, mas o sucesso é construído dia após dia, com dedicação e paciência. Muitos empreendedores começam o seu negócio esperando a rentabilidade desde o primeiro momento de operação, e essa é uma expectativa que está muito distante da realidade dos pequenos negócios.

Quando perguntados sobre o tempo que empreende no ramo da gastronomia sobre rodas, 60% ainda estão no período de até um ano em funcionamento, ou seja, ainda estão engatinhando e tentando conquistar espaço no mercado. 35% já se encontram em funcionamento no período acima de um ano até os dois anos, e apenas 5% já se encontrando no mercado no período de até 3 anos.

Compreende-se que os empreendedores da gastronomia sobre rodas de São Luís ainda estão conquistando seu espaço, ainda se trata de algo novo no mercado, com chances promissoras de sucesso, pois sua capacidade inovadora na forma do preparo e maneira de servir ao seu público são grandes diferenciais de competitividades com os concorrentes.

Esse tempo de atividade é muito importante a ser considerado, pois conforme diversas pesquisas já divulgadas, no Brasil a taxa de sobrevivência de pequenos negócios com até dois anos é de 76,6%. De acordo com o Sebrae (2017), tem sido uma tendência, nos últimos anos, a queda na taxa de mortalidade dessas empresas, os motivos estariam relacionados a melhoria de três aspectos principais: planejamento dos negócios, capacitação em gestão empresarial e a gestão do negócio em si.

Gráfico 17 - Principais Estratégias de Vendas



Fonte: Dados da pesquisa

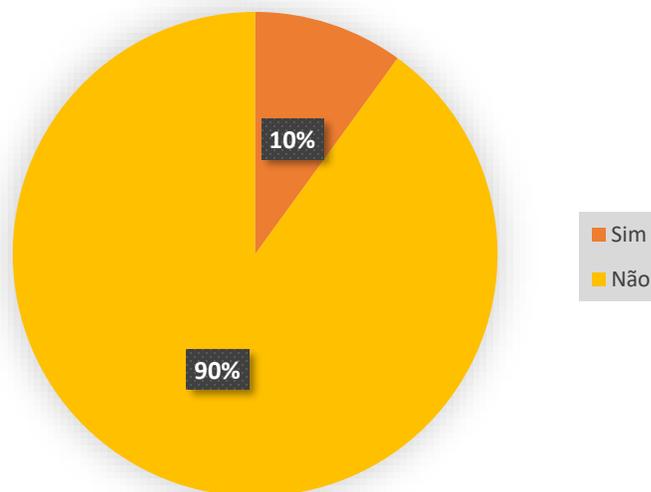
Segundo Chiavenato (2012, p. 237) as estratégias de vendas são importantíssima para o negócio, pois serve para “colocar os produtos/serviços produzidos pela empresa no mercado de clientes ou consumidores, satisfazendo as necessidades do mercado e alcançando os objetivos da empresa”.

Trata-se de uma pergunta onde os respondentes escolheram mais de uma resposta. De acordo com o gráfico acima, 15 (75%) empreendedores escolheram as técnicas de comunicação, prevalecendo dessa forma a excelência no atendimento ao

cliente. As demais respostas foram 30% também utilizando dos programas de fidelidade, 20% sorteios e promoções, 20% serviços delivery e 20% degustações de produtos.

Mesmo evidenciado que as técnicas de comunicação são importantes, sendo escolhida pela maioria dos respondentes. É necessário esclarecer que as demais estratégias também são importantes para o processo de vendas, pois são muito atrativas aos olhos dos consumidores, porém faz-se necessário a utilização de mais recursos financeiros quando comparado às técnicas de comunicação.

Gráfico 18 - Prática Sustentável



Fonte: Dados da pesquisa

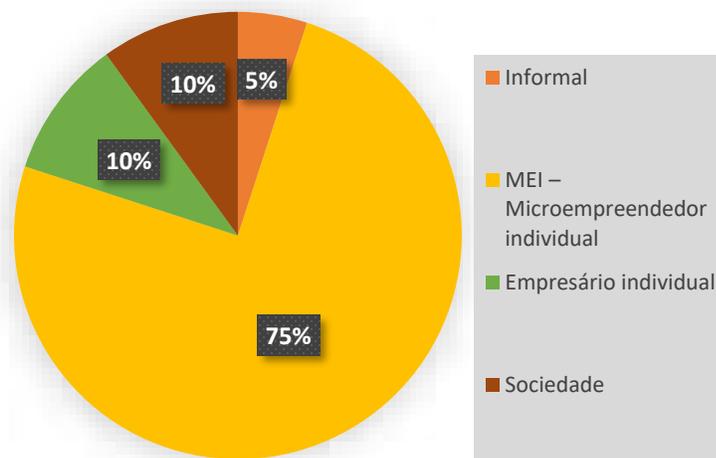
Borges (2014, p. 2) esclarece que “o desenvolvimento sustentável procura integrar o tripé social-econômico-ambiental, harmonizando rentabilidade financeira e crescimento econômico com a justiça e o bem-estar social, a conservação ambiental e a utilização racional dos recursos naturais.

Ao serem questionados sobre a utilização de alguma prática sustentável em seu negócio, 90% dos empreendedores ainda não utilização do empreendedorismo sustentável.

Os 10% restantes que equivale a 2 empreendedores escolheram sim como resposta, um dos dois empreendedores informaram que sua prática sustentável se dá por meio da reutilização das garrafas de cerveja para colocar o seu principal produto, o licor artesanal. O outro empreendedor esclareceu que a forma escolhida para tornar o seu empreendimento sobre rodas sustentável, foi através da reciclagem do óleo utilizado durante a fritura dos seus produtos, onde o óleo é doado para fabricação de sabão.

A importância da prática sustentável dentro de um negócio se dá pela sua capacidade de transformação no comportamento dos envolvidos no negócio, tornando-os mais racionais no ato da utilização dos recursos disponíveis sem prejudicar o meio ambiente e o empreendimento. Pode ser também lucrativa para o empreendimento, pois gera economia de recursos, aumenta a competitividade e contribui com a saúde da humanidade. Infelizmente a maioria desses empreendedores ainda não utilizando dos benefícios advindo dessas práticas.

Gráfico 19 - Forma Jurídica do Negócio



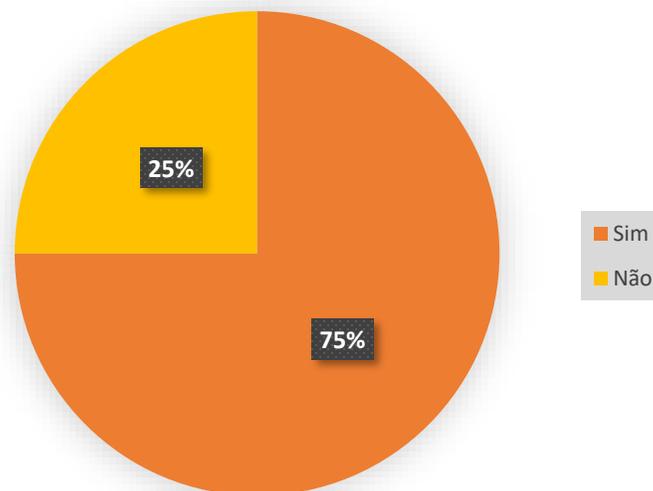
Fonte: Dados da pesquisa

No Brasil, a escolha da forma jurídica do negócio é um fator muito importante para o seu funcionamento dentro da legalidade. Pois é através dela que se define por quem o negócio será legislada. E também contribui para a definição do futuro do empreendimento. (SEBRAE, 2018)

Conforme o gráfico acima, 75% dos empreendedores se formalizaram por meio do enquadramento jurídico do microempreendedor individual, trata-se de uma das formas mais facilitadas para a inserção no mercado formal. O restante do percentual dividiu-se em, 10% são empresário individual, 10% trabalham em sociedade e apenas 5% encontra-se ainda na informalidade.

A formalização de um negócio gera benefícios, e no caso do MEI, o qual prevaleceu dentre as escolhas de formalização, são os baixos custos mensais referentes aos pagamentos de tributos, a possibilidade de contratação de um funcionário, auxílios assegurados pelo INSS, dentre outros.

Gráfico 20 - Condições Favoráveis para Empreender no Setor



Fonte: Dados da pesquisa

De acordo com o Sebrae (SEBRAE, 2018) “O mercado de alimentação fora do lar é disputado por diversos tipos de atividades. Há necessidade de regradar os trabalhos com vistas ao sucesso de todos, sem que um impacte negativamente no outro e juntos melhorem a oferta gastronômica do Brasil.”

Ao serem questionados sobre se as condições existentes são favoráveis para empreender no setor, 75% dos empreendedores responderam que sim e 25% responderam não. Os respondentes não quiseram justificar suas respostas.

O mercado da gastronomia sobre rodas é algo inovador, que ao ver desses empreendedores possui uma jornada promissora. Mas ainda está passando pelo processo de inserção no atual mercado, ou seja, precisaram ter muita persistência e paciência para lidar com os desafios encontrados no caminho.

6 CONCLUSÃO

No estudo realizado, o reconhecimento de que muitos pequenos negócios, a exemplo do sobre rodas, enfrentam dificuldades para se manterem no mercado. Neste contexto, ressaltar-se como um aspecto relevante destacado nesse estudo, a necessidade de incentivar o empreendedorismo no diz respeito as oportunidades que podem surgir em um cenário de crise ou de grande desenvolvimento. O empreendedor que decidir pelo modelo de negócio de sobre rodas, o qual está inserido em um mercado tão competitivo, que é o gastronômico, poderá se destacar por suas habilidades, competências e capacidade de inovar. Além disso, não pode faltar-lhe a característica empreendedora, alinhada às necessidades do negócio e a identificação de oportunidades no mercado.

A proposta desta pesquisa foi de responder à questão problema: investigar o perfil do empreendedor da gastronomia sobre rodas na cidade de São Luís do Maranhão, visando o conhecimento das atuais condições técnicas e profissionais do empreendedor da gastronomia sobre rodas no mercado, favorecem o crescimento empresarial individual e do setor? Diante dos resultados apresentados foi possível responder à questão e atender o objetivo geral que foi apresentar o atual perfil do empreendedor da gastronomia sobre rodas em São Luís- MA e as condições existentes para que o setor tenha um desenvolvimento sustentável. Observou-se que no mercado em questão à inserção da gastronomia sobre rodas no universo gourmet tem sido uma alternativa de enfrentar períodos econômicos instáveis, ao mesmo tempo que se tornou mais uma opção para os consumidores de estabelecimentos gastronômicos.

A partir da análise dos resultados obtidos na pesquisa, percebeu-se que muitos empreendedores estão buscando gerir melhor o seu negócio e como estratégia de superação das dificuldades que enfrentam. Espera-se com este estudo, que seja possível contribuir para uma nova percepção dos empreendedores, especialmente àqueles que atuam no ramo do setor gastronômico e de comida de rua, no que diz respeito ao mercado da gastronomia sobre rodas sob uma perspectiva de inovação e empreendedorismo competitivo.

De acordo com o cruzamento de informações, foi possível constatar que o empresário da gastronomia sobre rodas dispõe de capacitações técnicas necessárias para gerir o seu negócio. O estímulo dado constantemente pelas instituições de apoio aos microempreendedores auxiliam diretamente para que esses empreendedores busquem novas formas de conhecimento e de aprimoramento profissional, atualizando-se constantemente sobre as mudanças que ocorrem no mercado.

Após a análise das respostas, foi possível perceber que os empreendedores desse novo modelo de negócio sobre rodas estão conseguindo atingir os seus objetivos, ou seja, estão conseguindo criar estratégias para atrair seus potenciais clientes através das redes sociais, a qual foi escolhida por eles como principal meio de divulgação do negócio. Apesar de não ser surpreendente que as redes sociais são um dos meios mais eficazes de comunicação atualmente, pode-se observar que trouxe proporcionalmente uma maior demanda de clientes a esses empreendimentos, seguido pelo boca a boca, que foi considerado o segundo meio mais eficiente de divulgação.

O mercado da gastronomia sobre rodas é algo inovador, com um caminho promissor, que ao ver desses empreendedores possui uma boa ambiência de negócio para o desenvolvimento empresarial e individual do setor. Mas ainda está passando pelo processo de inserção no atual mercado, exigindo que os empreendedores desse modelo de negócio tenham muita persistência e paciência para lidar com os desafios encontrados ao longo da jornada empreendedora.

Os resultados da pesquisa permitiram também avaliar que modelo de negócio da gastronomia sobre rodas favorece o desenvolvimento empreendedor e é capaz de contribuir para o desenvolvimento econômico do estado do Maranhão, em especial na cidade de São Luís, incentivando o empreendedorismo, a realização de políticas públicas eficazes para o setor, a economia brasileira, assim contribuindo para o PIB municipal e por consequência, o estadual da região.

Devido a sua grande versatilidade no mercado, o ramo da gastronomia sobre rodas conforme exposto pelos empreendedores entrevistados, tem condições existentes favoráveis para empreender e tornar-se uma atividade permanente na rotina da cidade. Espera-se que este estudo possa servir de referência para outras pesquisas que tenham

como foco o modelo de negócio do sobre rodas. Assim, sugere-se aprofundar análise sobre o impacto deste segmento *gourmet* no cotidiano de consumo na sociedade.

REFERÊNCIAS

A BÍBLIA. **A segurança daquele que se refugia em Deus**. São Paulo: Sociedade Bíblica do Brasil, Salmos 91:2. 1084 p. O velho e o novo testamento.

BORGES, C. **Empreendedorismo Sustentável**. 1º. ed. São Paulo: Saraiva, 2014.
BRAUNE, R.; FRANCO, S. C. **O que é gastronomia**. 1ª Ebook. ed. São Paulo: Brasiliense, 2017. 322 p.

CAVALLI, S. B. **Sistema de controle de qualidade e segurança do alimento, processo produtivo e recursos humanos em unidades de alimentação comercial de Campinas (SP) e Porto Alegre (RS)**. Universidade de Campinas. Campinas, p. 230. 2003.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4ª. ed. Barueri, SP: Manole, 2012.

COLETTI, G. F. Gastronomia, história e tecnologia: a evolução dos métodos de cocção. **Contextos da alimentação— Revista de Comportamento, Cultura e Sociedade**, São Paulo: Centro Universitário Senac, 4ª, 2 mar. 2016. 41;55.

DAL'BÓ, F. **Empreendedorismo e inovação**. São Paulo: Atlas , 2010.

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor**. 1º. ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. 6ª. ed. São Paulo: Empreende/Atlas, 2016.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 11ª reimpressão. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2010.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. 3ª. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

EXAME PME. O manual do empreendedor brasileiro. **Revista Exame**, São Paulo, n. 54ª, Abr. 2015.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3º. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

GOVERNO DO MARANHÃO. **Acreditamos na força do empreendedorismo**, 2018. Disponível em: <<https://www.ma.gov.br/nos-acreditamos-na-forca-do-empreendedorismo-diz-flavio-dino-em-abertura-do-seminario-mais-desenvolvimento/>>. Acesso em: 20 nov. 2018.

HISRICH, ; PETERS, ; SHEPHERD,. **Empreendedorismo**. 9^a. ed. [S.I.]: AMGH , 2014. JUNG, V. T. **As necessidades de informação para tomada de decisão em pequenas e medias empresas**, 2013. Disponível em: <<http://www.congressoeac.locaweb.com.br/artigos42004/416.pdf>>. Acesso em: 31 out. 2018.

LOPES, R. M. A. **Ensino de empreendedorismo no Brasil: panorama, tendências e melhores práticas**. 1^a. ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017. 352 p.

MEU SUCESSO. Empreendedorismo: 6 coisas para saber antes de empreender no mercado gastronômico. **Meu sucesso**, 2015. Disponível em: <<https://meusuccesso.com/artigos/empreendedorismo/6-coisas-para-saber-antes-de-empreender-no-mercado-gastronomico-770/>>. Acesso em: 28 out. 2018.

MOTA, N. C. M. Empreendedorismo e as oportunidades para empreender. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 34, n. 7, Jul./Set. 2015.

OLIVEIRA, D. D. P. R. **Empreendedorismo: vocação, capacitação e atuação** direcionadas para o plano de negócios. 1^a. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

RAPOSO, G. São luís e sexta pior capital para empreender. **O Imparcial**, abr. 2017. Disponível em: <<https://oimparcial.com.br/noticias/2017/04/sao-luis-e-sexta-pior-capital-para-empreender/>>. Acesso em: 25 out. 2018.

SALIM, C. S.; SILVA, N. C. **Introdução ao empreendedorismo: despertando a atitude** empreendedora. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

SANTOS, L. A. A. D. **Arte do empreendedorismo**. Lisboa: Escolar Editora, v. 2^a, 2014. 342 p.

SCHMIDT, S.; BOHNENBERGER, M. C. Revista de Administração Contemporânea. **Perfil empreendedor e desempenho organizacional**, 2012. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v13n3/v13n3a07.pdf>>. Acesso em: 01 nov. 2018.

SEBRAE. **Gostar de cozinhar n é o bastante para empreender e gastronomia.** Serviço de Apoio às pequenas Empresas do estado de Pernambuco. Recife, p. 74. 2014.
SEBRAE. Informações estatísticas. **Micro e pequenas empresas**, 2015. Disponível em: <www.sebrae.com.br/conteudo/cursos-eeventos/programacao/empretec>. Acesso em: 01 nov. 2018.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Pesquisa Donos de Negócios Brasileiros**, 2017. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/./pesquisa-gem-empreendedorismo-no-brasil-e-no-mundode>>. Acesso em: 22 novembro 2018.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Food truck uma nova tendência**, 2018. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/food-truck-uma-nova-tendencia,d128e6f7c633c410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acesso em: 29 out. 2018.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Conheca quem somos**, 2018. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_quemsomos>. Acesso em: 20 out. 2018.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Escolha a forma Jurídica para você abrir uma Empresa**, 2018. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/escolha-a-forma-juridica-para-voce-abrir-uma-empresa>>. Acesso em: 15 novembro 2018.

SILVA, D. L.; LIMA, L. F.; LOURENÇO, N. S. **Food truck na cidade de São Paulo e a influência do perfil do consumidor em sua longevidade.** aspectos socioculturais: São Paulo, 2015.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DE COLETA DE DADOS

Questionário aplicado junto aos empreendedores da gastronomia sobre rodas em São Luís - MA

Nome: _____

Tempo de atividade: _____

Sexo: Feminino () Masculino ()

Faixa Etária

() 18 a 30 anos () Acima de 30 à 40 anos () Acima de 40 à 50 anos
() Acima de 50 à 60 anos () Acima de 60 anos

Escolaridade

() Ensino Fundamental incompleto () Ensino Fundamental completo
() Ensino Médio incompleto () Ensino Médio completo
() Ensino Superior completo () Ensino Superior Incompleto
() Pós Graduação

1. Motivos que o levaram a empreender no ramo da gastronomia sobre rodas:

Estava desempregado () Desejo de ter o próprio negócio ()
Complementar a renda familiar () Conhecimento do ramo ()
Outro ()

2. Quais as áreas em que você possui capacitação:

Atendimento () Finanças () Estoque e vendas ()
Logística () Gestão de pessoas () Comunicação e marketing ()

R.H. ()

Outro()

3. Você iniciou o seu negócio partindo de um “plano de negócio”?

Sim ()

Não ()

4. Qual a estimativa do valor do seu investimento inicial?

Até 5 mil ()

Acima de 5 mil à 10 mil ()

Acima de 10 mil à 20 mil ()

Acima de 20 mil à 30 mil ()

Acima de 30 mil à 40 mil ()

Acima de 40 mil à 50 mil ()

Acima de 50 mil ()

5. Os recursos utilizados no investimento foram:

Próprios ()

Terceiros ()

() Bancos

6. Sobre a sua situação profissional atual, você:

Possui um emprego ()

Vive do negócio sobre rodas ()

7. O seu negócio é uma extensão de loja física?

Sim ()

Não ()

8. Quais os dias da semana que funciona o seu negócio?

Todos os dias ()

Segunda ()

Terça ()

Quarta ()

Quinta ()

Sexta ()

Sábado ()

Domingo ()

9. Quantos clientes atende em média por dia?

Até 30 ()

De 31 à 60 ()

De 61 à 90()

De 91 à 120 ()

De 121 à 150 ()

Acima de 150 ()

10. Quantos familiares dependem do negócio?

Nenhuma () Até 2 () Até 4 () Até 6 () Acima de 6 ()

11. Como você faz para divulgar o seu negócio?

Cartões de visita, panfletos, banners () Jornais, rádios, televisão ()

Redes sociais e sites () Divulgação nas ruas ()

Divulgação “boca a boca” ()

12. Você possui experiências anteriores com esse modelo de negócio?

Sim () Não ()

13. Há quanto tempo você é empreendedor no ramo da gastronomia sobre rodas?

Até 1 ano () Até 4 anos ()

Até 2 anos () Até 5 anos ()

Até 3 anos () Acima de 5 anos ()

14. Quais as principais estratégias de vendas utilizadas?

Técnicas de comunicação () Degustações de produtos ()

Sorteios e promoções () Programa de fidelidade ()

Serviço delivery ()

15. Você utiliza alguma prática sustentável em seu negócio?

Sim () Não ()

Se sim, exemplifique-a:

16. Referente as questões legais pertinentes ao setor, qual a forma jurídica em que o seu negócio se enquadra?

Informal () MEI – Microempreendedor individual ()

Empresário individual () Sociedade ()

Outro () _____

17. Ao seu modo de ver, as condições existentes são favoráveis para empreender no setor? Sim () Não ()

Justifique: _____
